

Zulässigkeit von Werbeblockern im Internet

Sachverhalt:

Die Klägerin, die Axel Springer AG, ist ein Verlag. Sie stellt ihre redaktionellen Inhalte auch auf ihren Internetseiten zur Verfügung. Dieses Angebot finanziert sie mit dem Entgelt, das sie von anderen Unternehmen für die Veröffentlichung von Werbung auf diesen Internetseiten erhält.

Die Beklagte zu 1 (nachfolgend Beklagte), deren Geschäftsführer der Beklagte zu 2 war und der Beklagte zu 3 ist, vertreibt das Computerprogramm "AdBlock Plus", mit dem Werbung auf Internetseiten unterdrückt werden kann. Werbung, die von den Filterregeln erfasst wird, die in einer sogenannten Blacklist enthalten sind, wird automatisch blockiert. Die Beklagte bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Werbung von dieser automatischen Blockade durch Aufnahme in eine sogenannte Whitelist ausnehmen zu lassen. Voraussetzung hierfür ist, dass diese Werbung die von der Beklagten gestellten Anforderungen an eine "akzeptable Werbung" erfüllt und die Unternehmen die Beklagte am Umsatz beteiligen. Bei kleineren und mittleren Unternehmen verlangt die Beklagte für die Ausnahme von der automatischen Blockade nach eigenen Angaben keine Umsatzbeteiligung. Der Nutzer des Werbeblockers kann die in der Whitelist enthaltene Werbung blockieren, indem er den in den Filtereinstellungen gesetzten Haken bei der Einstellung "Einige nicht aufdringliche Werbung zulassen" entfernt.

Die Klägerin hält den Vertrieb des Werbeblockers durch die Beklagten für wettbewerbswidrig. Sie hat beantragt, die Beklagten zu verurteilen, es zu unterlassen, ein Computerprogramm anzubieten, das Werbeinhalte auf näher bezeichneten Webseiten unterdrückt. Hilfsweise hat sie beantragt, den Beklagten zu verbieten, ein solches Computerprogramm anzubieten, wenn und soweit Werbung nur nach von der Beklagten vorgegebenen Kriterien und gegen Zahlung eines Entgelts der Klägerin nicht unterdrückt wird. Darüber hinaus hat sie Auskunftserteilung und die Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten beansprucht.

Bisheriger Prozessverlauf:

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Oberlandesgericht hat die Beklagten nach dem Hilfsantrag zur Unterlassung verurteilt und ihre Schadensersatzpflicht festgestellt. Im Übrigen hat es die Klage abgewiesen. Es hat angenommen, die Parteien seien Wettbewerber; die Klägerin sei somit berechtigt, wettbewerbsrechtliche Ansprüche gegen

die Beklagte geltend zu machen. Das Angebot der Beklagten erfülle zwar nicht den Tatbestand der gezielten Behinderung nach § 4 Nr. 4 UWG, wohl aber denjenigen der aggressiven geschäftlichen Handlung nach § 4a Abs. 1 UWG in Form der unzulässigen Beeinflussung. Die Beklagte veranlasse werbewillige Unternehmen, die Blockade ihrer Werbung durch die Blacklist durch Aufnahme in die Whitelist zu beseitigen und damit eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen, die sie ohne die Blockade nicht benötigt hätten.

Das Oberlandesgericht hat die Revision zugelassen. Die Klägerin möchte mit ihrer Revision erreichen, dass die Beklagte nach dem Hauptantrag zur Unterlassung und darüber hinaus zur Auskunftserteilung verurteilt wird. Sie ist der Ansicht, das Verhalten der Beklagten sei als gezielte Behinderung von Mitbewerbern und allgemeine Marktbehinderung zu werten. Die Beklagte erstrebt mit ihrer Revision die Wiederherstellung des die Klage abweisenden landgerichtlichen Urteils.

Vorinstanzen:

LG Köln - Urteil vom 29. September 2015 - 33 O 132/14

OLG Köln - Urteil vom 24. Juni 2016 - 6 U 149/15

Die maßgeblichen Vorschriften lauten:

§ 4 Nr. 4 UWG

Unlauter handelt, wer Mitbewerber gezielt behindert.

§ 4a Abs. 1 UWG

Unlauter handelt, wer eine aggressive geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die dieser andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist aggressiv, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände geeignet ist, die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers erheblich zu beeinträchtigen durch

1. Belästigung,

2. Nötigung einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt,

3. unzulässige Beeinflussung.

Eine unzulässige Beeinflussung liegt vor, wenn der Unternehmer eine Machtposition gegenüber dem Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zur Ausübung von Druck, auch ohne Anwendung oder Androhung von körperlicher Gewalt, in einer Weise ausnutzt, die Fähigkeit des Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers zu einer informierten Entscheidung wesentlich beeinträchtigt.